

# MEDIENDOKUMENTATION

Medienkonferenz zur HELVETAS Kampagne  
Zürich, 31. März 2009



## FRAGEN SIE AUCH BEI T-SHIRTS NACH BIO UND FAIR TRADE




**HELVETAS**

Handeln für eine bessere Welt

**coop** naturaline  
BIO COTTON

**SWITCHER**  
The Switcher logo features the word 'SWITCHER' in a bold, sans-serif font. Below the text is a stylized yellow character that resembles a bird or a simple face with a wide, open mouth.

 Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO





# HELVETAS

Handeln für eine bessere Welt

Schweizer Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit

Weinbergstrasse 22a, Postfach 3130, CH-8021 Zürich

Tel. +41 (0)44 368 65 00, Fax +41 (0)44 368 65 80

info@helvetas.org, www.helvetas.ch

---

## Inhaltsverzeichnis

---

Medienmitteilung	3
Factsheet Kampagne «Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade»	6
Facts and Figures zu Bio und Fair Trade	9
HELVETAS «Biologisch produzierte und fair gehandelte Baumwolle: Wozu und für wen?» Von Melchior Lengsfeld, Geschäftsleiter	12
SECO «Die Bio-Baumwoll-Produzenten und die Wirtschaftskrise: Survival of the fittest?» Von Hans-Peter Egler, Ressorleiter Handelsförderung	15
COOP «Bio-Baumwolle und Fair Trade – die Kombination mit Zukunftspotential» Von Jürg Peritz, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung	19
SWITCHER «Das Gläserne T-Shirt: Realität oder Fiktion?» Von Robin Cornelius, VR-Präsident	35
MAX HAVELAAR Factsheet	38



# HELVETAS

Handeln für eine bessere Welt

Schweizer Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit

Weinbergstrasse 22a, Postfach 3130, CH-8021 Zürich

Tel. +41 (0)44 368 65 00, Fax +41 (0)44 368 65 80

info@helvetas.org, www.helvetas.ch

Zürich, 31. März 2009

## Medienmitteilung

---

# „Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade“

---

**Schweizerinnen und Schweizer sind Weltmeister beim Konsum nachhaltiger Produkte. Insbesondere bei Lebensmitteln boomt der Absatz – trotz Wirtschaftskrise. Mit ihrer Kampagne „Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade“ will Helvetas im UNO-Jahr der Naturfasern dazu beitragen, dass soziale und ökologische Kriterien auch bei Fashion mode wird. Ziel ist die Verdoppelung des Marktanteils von fair gehandelter Bio-Baumwolle auf zehn Prozent.**

Rund fünf Prozent aller Baumwolltextilien, die in der Schweiz verkauft werden, stammen heute aus kontrolliert biologischem Anbau. Ein grosser Teil davon ist fair gehandelt. Im internationalen Vergleich liegt die Schweiz damit unangefochten an der Spitze. Für die Entwicklungsorganisation Helvetas ist das aber nicht genug. Deshalb lanciert das Hilfswerk eine nationale Kampagne zur Förderung von Bio-Fashion. Bis Ende 2010 soll in der Schweiz der Marktanteil biologisch produzierter und fair gehandelter Baumwolltextilien auf 10 Prozent verdoppelt werden.

Profitieren sollen davon die Menschen in den Entwicklungsländern. „Bio-Baumwolle und Fair Trade ist eine Strategie zur Armutreduktion“, erklärt Melchior Lengsfeld, Geschäftsleiter von Helvetas. Die Entwicklungsorganisation fördert in Westafrika und Zentralasien den biologischen Anbau von Baumwolle und vermittelt den Kontakt zu den Abnehmern im Norden. „Mit dem Verzicht auf Kunstdünger und chemische Pflanzenschutzmittel sind die Kleinbauern nicht mehr auf teure Kredite angewiesen und schützen gleichzeitig ihre eigene Gesundheit und die Umwelt“, erklärt Lengsfeld.

## **Bio und Fair Trade zum Anziehen auf [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch)**

Der Bio-Fashion Shop Finder auf [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch) ist das Herzstück der Helvetas Kampagne. Konsumenten finden dank Google Map zu Verkaufsstellen die Bio- und Fair Trade-Fashion im Sortiment führen. Wer seine Lieblingsboutique nicht findet, kann direkt aus dem Bio-Fashion Finder per E-Mail Druck machen.

Rechtzeitig zum Saisonstart der Frühlings- und Sommermode macht Helvetas mit einer nationalen Plakatkampagne auf den Bio-Fashion Finder im Internet aufmerksam und ruft die Bevölkerung dazu auf vermehrt, auf Bio und Fair Trade beim Kleiderkauf zu achten.

### **Bio und Fair Trade: Chance in der Krise**

Das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) unterstützt die Kampagne. Im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit arbeitet das SECO eng mit dem Bio- und Fairtrade-Kompetenzzentrum von Helvetas zusammen. „Wir unterstützen den fairen Handel mit biologisch produzierter Baumwolle, weil davon sowohl die Bauern im Süden als auch die Schweizer Konsumenten profitiert“, erklärt Hans-Peter Egler, Leiter Handelsförderung beim SECO. „Gerade in der Krise wollen die Leute mit gesunden und fair gehandelten Produkten sich und anderen etwas Gutes tun, was zusätzlich Geschäftsmöglichkeiten für Produzenten und Unternehmer aus dem Süden eröffnet“, betont Egler.

Dass nachhaltig produzierte Produkte der Wachstumsmotor der Zukunft sein werden, davon ist auch Jürg Peritz, stellvertretender Vorsitzender der Coop-Geschäftsleitung überzeugt. „Mit Naturaline sind wir in Sachen Bio-Fashion und fairer Handel Leader und Pionier; deshalb ist selbstverständlich, dass wir die Helvetas Kampagne mittragen. Wenn Nachhaltigkeit mit Qualität und Lifestyle in Einklang gebracht wird, entstehen Leuchtturm-Produkte der Zukunft“, erklärt Peritz das Engagement von Coop.

„Auch für Switcher sind Respekt und Transparenz zentrale Werte unserer Unternehmensphilosophie“, sagt Robin Cornelius, Gründer von Switcher und Verwaltungsratspräsident. „Das Max Havelaar-Gütesiegel auf vielen unserer Produkte bietet dafür Gewähr“, ergänzt Cornelius. Switcher bezieht einen Teil ihrer Baumwolle aus den Projekten von Helvetas in Mali und ist ebenfalls Kampagnenpartner.

Was für viele Konsumentinnen und Konsumenten beim Kauf von Salat und Bananen heute selbstverständlich ist, soll auch für Mode gelten: Bio und Fair.

### **Hinweis**

Zum Kampagnenstart organisiert **Helvetas am 31.3.2009 zwischen 12h und 14h auf dem Paradeplatz** einen **Lancierungsevent**.

Pressebilder stehen ab 31.3., 14h unter [www.helvetas.ch/medien](http://www.helvetas.ch/medien) zur Verfügung.

### **Interviews und Rückfragen**

Für Interviews und Statements stehen Ihnen folgende Personen gerne zur Verfügung:

- Melchior Lengsfeld, HELVETAS Schweizer Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit, Geschäftsleiter
- Hans-Peter Egler, SECO, Ressortleiter Handelsförderung
- Jürg Peritz, Coop, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung
- Robin Cornelius, Switcher, Verwaltungsratspräsident
- Martin Rohner, Max Havelaar-Stiftung (Schweiz), Geschäftsleiter

---

**Bitte nehmen Sie direkt mit den Interviewpartnern bzw. der zuständigen Medienstelle Kontakt auf**

Helvetas: Esther Amberg, Medienverantwortliche Deutschschweiz, 044 368 65 23, 078 654 12 23, [esther.amberg@helvetas.org](mailto:esther.amberg@helvetas.org)

Seco: Hans-Peter Egler, 031 324 08 13, [hans-peter.egler@seco.admin.ch](mailto:hans-peter.egler@seco.admin.ch)

Coop: Denise Stadler, Mediensprecherin, 061 336 71 10, 078 885 09 05, [denise.stadler@coop.ch](mailto:denise.stadler@coop.ch)

Switcher: Christelle Huwiler, Public Relations, 079 658 76 90, [christelle.huwiler@switcher.com](mailto:christelle.huwiler@switcher.com)

Max Havelaar: Regula Weber, 044 278 99 05, [r.weber@maxhavelaar.ch](mailto:r.weber@maxhavelaar.ch) oder Vesna Stimac, 044 278 99 06, [v.stimac@maxhavelaar.ch](mailto:v.stimac@maxhavelaar.ch)

Factsheet

## «Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade»

Helvetas Kampagne im UNO-Jahr der Naturfasern 2009

### Worum es geht

Baumwolle, die weltweit bedeutendste Textilfaser, geht uns alle an: Millionen von Bauern leben von ihrem Anbau; Milliarden von Menschen tragen sie am Körper. Der Umsatz an fair gehandelter Bio-Baumwolle ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Diese Entwicklung will die Entwicklungsorganisation Helvetas mit ihrer nationalen Kampagne weiter fördern.

Mit dem Kampagnenslogan «Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade» wendet sich Helvetas im UNO-Jahr der Naturfasern 2009 an die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten. Auf der Webseite [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch), mit Plakaten, Inseraten und öffentlichen Aktionen fordert Helvetas die Bevölkerung dazu auf, aktiv zu werden und in Kleiderboutiquen und Modehäusern nach Bio- und Fair Trade Textilien zu fragen. Unter dem Nachfragedruck werden auch die Mode-Anbieter reagieren und biologisch produzierte und fair gehandelte Artikel ins Sortiment aufnehmen.

### Ziel der Kampagne: Verdoppelung des Marktanteils

Heute achten in der Schweiz bereits rund ein Drittel der Bevölkerung beim Einkauf von Lebensmitteln auf biologisch und fair gehandelte Produkte. Auch bei der Mode soll der Kaufentscheid künftig stärker von diesen Kriterien abhängig gemacht werden.

Ziel der Kampagne ist es, den schweizweiten Marktanteil von fair gehandelter Bio-Baumwolle von heute 5 Prozent bis Ende 2010 zu verdoppeln. Denn die biologische Anbauweise schützt Menschen und Umwelt vor schädlichen Pestiziden. Und der faire Handel bietet den Baumwollbauern in Afrika und Asien menschenwürdige Arbeitsbedingungen und einen garantierten Mindestpreis.

Neu kann Helvetas dabei auf die Unterstützung von Partnern wie Coop, Switcher, das SECO, Max Havelaar und weiteren zählen, welche die Kampagne tragen und ermöglichen.

### Fashion Shop Finder [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch)

Wer einen Bio-Salat oder eine Fairtrade-Banane kaufen will, wird mittlerweile sogar im Quartierladen fündig. Bei Kleidern und Textilien haben es verantwortungsbewusste Konsumentinnen und Konsumenten schwieriger. Das Angebot ist noch beschränkt und nicht leicht zu finden. Deshalb hat Helvetas im Rahmen der Kampagne den Fashion Shop Finder auf [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch) entwickelt, der Abhilfe schaffen soll. Per Mausklick wählt man auf der (Google Map basierten) Online-Karte die Ortschaft seiner Wahl und findet dort die Verkaufsstellen welche Bio- und Fair Trade-Mode im Sortiment führen. Die Selbstdекlaration und Registrierung ist für die Anbieter von Bio- und Fair-Trade-Mode gratis. Wer seine Lieblingsboutique nicht findet, kann per Mailtool Druck machen, und diese auffordern, biologisch produzierte und fair gehandelte Artikel ins Sortiment aufzunehmen. Und wem [bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch) gefällt kann die Plattform über Facebook und andere Dienste weiterempfehlen.

Die Website bietet auch Hintergrundinformationen: Die Vorteile von Bio- und fair gehandelter Baumwolle werden erklärt und Labels wie Naturaline und Max Havelaar oder Organisationen wie die Fair Wear Foundation, welche für sozial und ökologisch nachhaltige Textilien bürgen, vorgestellt.

---

## Unser Engagement

---

Helvetas ist eine der bedeutendsten privaten Entwicklungsorganisationen der Schweiz und ist in rund 20 Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas aktiv. Sie setzt sich für eine Welt ein, in der alle Menschen in Würde und Sicherheit leben und der Umwelt Sorge tragen.

Seit 2002 fördert Helvetas in Westafrika (Mali, Burkina Faso, Benin und Senegal) und Zentralasien (Kirgistan) den Anbau und fairen Handel von Bio-Baumwolle. Helvetas unterstützt die Bauern in der Bildung und Organisation von Produzentenverbänden, welche ihrerseits die Aus- und Weiterbildung der Kleinbauern sicherstellen. Dabei arbeitet Helvetas vor Ort eng mit lokalen Forschungsinstitutionen und den Baumwollgesellschaften zusammen. Diese kaufen, entkernen, transportieren und verkaufen die Baumwolle auf dem Weltmarkt. Helvetas bietet im eigenen FairShop Textilien aus fair gehandelter Bio-Baumwolle aus ihren Projekten zum Verkauf an.

In Zürich führt Helvetas das Bio- und Fairtrade-Kompetenzzentrum. Dieses entwickelt neue Produktionssysteme, leistet Öffentlichkeitsarbeit und vermittelt langfristige Partnerschaften in der Textil-Wertschöpfungskette, zwischen den Produzenten im Süden und Osten einerseits und den Abnehmern im Norden andererseits.

Vom 21. bis 25. September organisiert Helvetas den Weltkongress für Bio-Baumwolle „From Fashion to Sustainability“. In Interlaken werden Baumwollanbieter, Vertreter der Modebranche und politische Entscheidungsträger über Innovationen und Herausforderungen im Markt für Bio- und Fair-Trade-Baumwolle diskutieren.

---

## Unsere Kampagnen Partner

---

**Coop, Switcher, Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), Max Havelaar**

Hess Natur, Stadt Zürich, Fair Wear Foundation, Swiss Textiles, Claro

---

## Nützliche Informationsquellen

---

### **Helvetas**

[www.helvetas.ch](http://www.helvetas.ch)

### **Kampagnen-Website „Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair Trade“**

[www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch)

### **Weltkongress “From Fashion to Sustainability”**

[www.fashiontosustainability.org](http://www.fashiontosustainability.org)

---

**UNO-Jahr der Naturfasern**

[www.naturalfibres2009.org](http://www.naturalfibres2009.org)

**Baumwolle**

[www.fao.org](http://www.fao.org)

[www.icac.org](http://www.icac.org)

**Bio-Baumwolle**

[www.biobaumwolle.ch](http://www.biobaumwolle.ch)

[www.pan-germany.org](http://www.pan-germany.org)

[www.organiccotton.fibl.org](http://www.organiccotton.fibl.org)

[www.organicexchange.org](http://www.organicexchange.org)

[www.OrganicCottonEurope.net](http://www.OrganicCottonEurope.net)

**Fair-Trade-Textilien**

[www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

[www.swissfairtrade.ch](http://www.swissfairtrade.ch)

[www.cleanclothes.ch](http://www.cleanclothes.ch)

---

**Kontakt**

---

Esther Amberg, Medienverantwortliche

044 368 65 23, 078 654 12 23, [esther.amberg@helvetas.org](mailto:esther.amberg@helvetas.org)



## Facts and Figures zu Bio und Fair Trade

### 1. Bio-Baumwolle

#### 1.1. Produktion

- 2007 / 2008 wurden in 22 Ländern 145'865 Tonnen Bio-Baumwollfasern geerntet. Das Angebot an Bio-Baumwollfasern ist in den letzten zehn Jahren um das 26fache angestiegen (Angebot: 1997/98: 5,56 Tonnen). (Quelle: *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*)
- 2007 / 2008 belief sich weltweit die gesamte Baumwollproduktion (konventionell und biologisch) auf über 26 Millionen Tonnen Fasern. Daraus könnten rund 60 Milliarde T-Shirts produziert werden. Der Anteil der Bio-Baumwollproduktion betrug 0.55 Prozent. Daraus könnten 330 Millionen T-Shirts produziert werden. (Quelle: *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*)
- In der Schweiz bestanden 2008 5% der verkauften Baumwoll-Textilien aus Bio-Baumwolle. Das entspricht einer Menge von rund 3000 Tonnen. (Quelle: Helvetas / Textilverband Schweiz)

#### Grafik 1: Die Top Ten Bio-Baumwoll-Produzentenländer 2006/07 – 2007/08

2006 / 2007	2007 / 2008
Türkei	Indien
Indien	Syrien
China	Türkei
Syrien	China
Peru	Tanzania
USA	USA
Uganda	Uganda
Tanzania	Peru
Israel	Ägypten
Pakistan	Burkina Faso

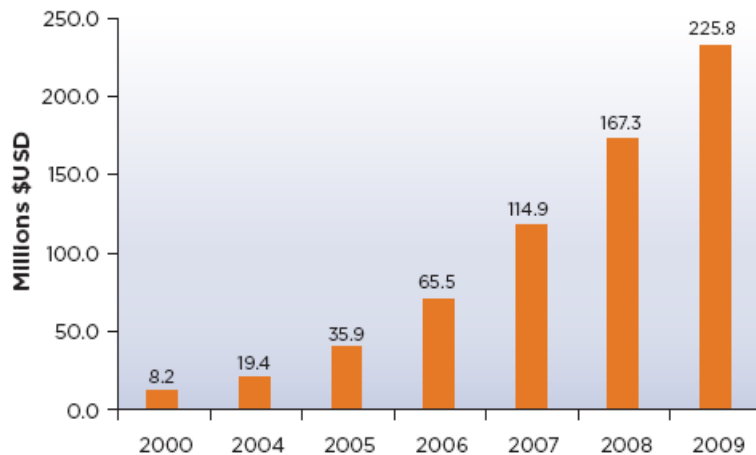
Quelle: *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*

- Die Top Five Bio-Baumwoll-Produzentenregionen sind Südostasien (51%), Mittlerer Osten (36%), China (5%), Ost- und Südostafrika (4%) und Nordamerika (2%). (Quelle: *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*)
- Kaum eine Kultur wird so intensiv mit Spritzmittel behandelt wie Baumwolle. Sie wird auf 2,5% der landwirtschaftlichen Nutzfläche der Welt angepflanzt. Auf dieser Fläche werden 16% aller Insektizide weltweit eingesetzt. (Quelle: Von der Pflanze zum T-Shirt)
- In der Bio-Baumwollproduktion betrug der Anteil der Bio-Bäuerinnen 2007 / 2008 weltweit rund 18%. In Helvetas Projekten beträgt der Anteil sogar bis zu 40%. Dank der biologischen Anbaumethode können auch Frauen Baumwolle anbauen und Geld verdienen. Frauen bauen

wenig konventionelle Baumwolle an, weil die Chemikalien zu teuer und sehr gefährlich für die Gesundheit der schwangeren Frauen und der Kinder sind, die die Mütter während den Ferien auf die Felder begleiten. (Quelle: *Organic Cotton Farm and Fiber Report 2008*)

## 1.2 Nachfrage

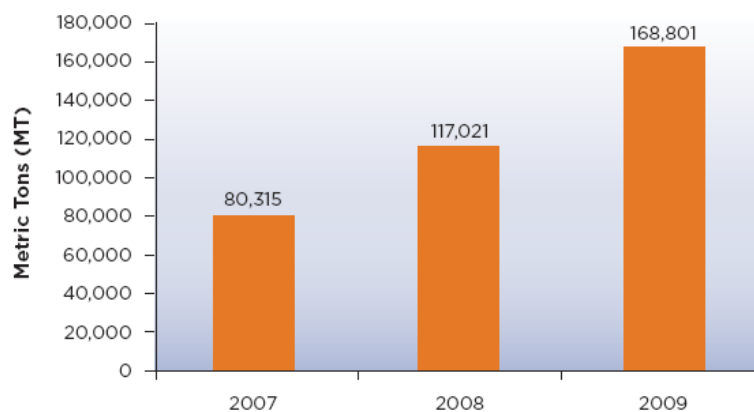
**Grafik 2: Umsatz bei Bio-Baumwollfasern 2000–2006 (ab 2007 geschätzt)**



Quelle: *Organic Cotton Market Report 2007*

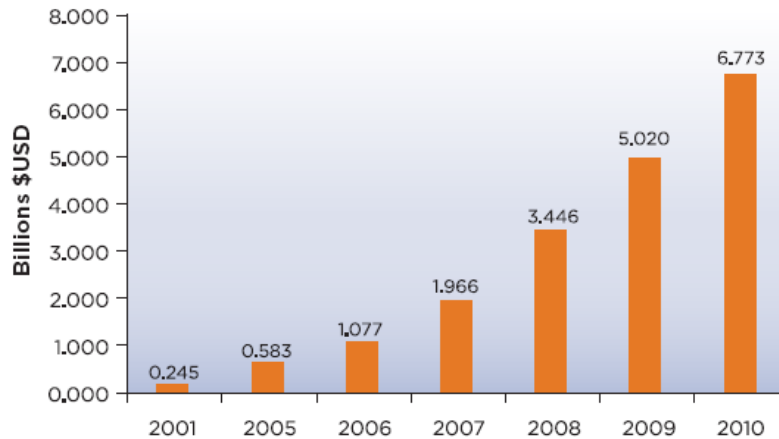
Der Umsatz bei Bio-Baumwollfasern weltweit hat sich zwischen 2001 und 2006 um das achtfache vergrößert, 8.2 Mio. auf 65.5 Mio. Dollar. Schätzungen gehen davon aus, dass der Wert bis 2009 im Vergleich zu 2001 um das 28-fache zunehmen wird.

**Grafik 3: Geschätzte Nachfrage nach Bio-Baumwollfasern 2007– 2009**



Quelle: *Organic Cotton Market Report 2007*

Die Nachfrage nach Bio-Baumwollfasern bei den Verarbeitern von Bio-Baumwolltextilien wird sich zwischen 2007 und 2009 schätzungsweise mehr als verdoppeln.

**Grafik 4: Umsatz Bio-Baumwoll-Produkte weltweit 2001 – 2007 (ab 2008 geschätzt)**

Quelle: *Organic Cotton Market Report 2007*

Der Umsatz von Bio-Baumwoll-Produkten hat sich weltweit zwischen 2001 und 2007 um das achtfache vergrössert, von 245 Mio. auf 1.96 Mrd. Dollar. Schätzungen gehen davon aus, dass der Wert bis 2010 um das 27-fache zunehmen wird (Vergleich zw. Zahlen 2001 mit den geschätzten Zahlen 2010).

## 2. Fair Trade Baumwolle

- 2007 arbeiteten rund 28'000 Baumwollbäuerinnen und –bauern weltweit unter fairen Bedingungen nach dem Label Fairtrade (Quelle: [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)). In den Bio-Baumwoll-Projekten in Indien und Tansania, von denen Coop Naturaline die Baumwolle zu fairen Bedingungen bezieht, arbeiten 10'300 Bäuerinnen und Bauern (Quelle: Coop Naturaline).
- 2007 wurden weltweit rund 14 Millionen Stück Fairtrade Baumwoll-Produkte verkauft, neun Mal mehr Produkte als 2006. (Quelle: Annual Report Fairtrade Labeling Organizations International 2007).
- Schweizweit wurden im Jahr 2007 unter dem Label Fairtrade rund 380 Tonnen fair gehandelte Bio-Baumfasern zu Textilien und Watteprodukten verarbeitet (Quelle: Jahresbericht Max Havelaar 2007). Coop Naturaline verarbeitet 1'400 Tonnen fair gehandelte Bio-Baumwollfasern. (Quelle: Coop Naturaline,).

## 3. Preise für biologisch und fair gehandelte Baumwolle

- Der Preis für konventionelle Baumwolle betrug 2008 in Mali 200 FCFA pro Kilogramm Rohbaumwolle (100 FCFA = 24 Rappen). Der Preis für fair gehandelte und biologisch angebaute Baumwolle nach den Fairtraid Labeling Organizations-Kriterien (FLO-Kriterien) betrug 368 FCFA pro Kilogramm Rohbaumwolle (Zusammensetzung: Fairtrade Minimumpreis 268 FCFA/kg, Bio-Prämie 55 FCFA/kg, Fairtrade-Prämie FCFA 45/kg).
- Der Baumwollpreis macht nur etwa 2-5% am Endpreis eines Kleidungsstücks aus. (Quelle: Helvetas)

---

# Biologisch produzierte und fair gehandelte Baumwolle: Wozu und für wen?

Von Melchior Lengsfeld, Geschäftsführer Helvetas

---

## **Bio und Fair boomt trotz Wirtschaftskrise**

Die Schweizerinnen und Schweizer sind Weltmeister beim Konsum von Bio-Produkten. Immer mehr Konsumenten füllen ihre Einkaufstaschen mit Lebensmitteln aus ökologischem Anbau. Und auch für fair gehandelte Produkte zahlt eine zunehmende Zahl von Konsumenten gerne einen Mehrpreis. Bei Kleidern kommt Bio und Fair Trade ebenfalls in Mode, auch wenn Angebot und Nachfrage im Vergleich noch bescheiden sind. Rund fünf Prozent aller Baumwolltextilien in der Schweiz stammen aus kontrolliert biologischem Anbau, ein grosser Teil davon ist fair gehandelt. Das ist aber nicht genug. Mit unserer Kampagne möchte Helvetas diesen Anteil steigern.

Die Chancen stehen gut – trotz Wirtschaftsflaute. Gerade in der Krise wolle die Leute mit gesunden und fair gehandelten Produkten etwas Gutes tun. Und wer sich einmal für nachhaltige Produkte entschieden hat, wechselt seine Einstellung nicht mehr so schnell. Wer Bio-Shirts oder fair gehandelte Unterwäsche anbietet, wird von der drohenden Rezession weniger getroffen, die Krise besser überstehen und gestärkt daraus hervorgehen. Soziale und ökologische Werte könnten langfristig zu neuer wirtschaftlicher Prosperität führen.

## **Vorteile und Chancen von Bio und Fair**

Für Helvetas als Entwicklungsorganisation gibt es viele gute Gründe, wieso Baumwolle biologisch produziert und fair gehandelt werden soll.

- **Einkommen**  
Der faire Handel ist eine Strategie zur Armutsreduktion. Bauernfamilien in Entwicklungsländern profitieren von einer Abnahmegarantie und fixen Mindestpreisen. Sie erhalten so eine Chance, ein ausreichendes Einkommen zu erwirtschaften und sich auf dem Weltmarkt zu behaupten. Dank Fair Trade können die Produzenten ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen aus eigener Kraft nachhaltig verbessern.
- **Gesundheit**  
Wird die Baumwolle biologisch angebaut, brauchen die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern keine Kredite für Kunstdünger und chemische Pflanzenschutzmittel. Gedüngt wird mit Mist und Kompost. Für die Schädlingsbekämpfung werden natürliche Methoden eingesetzt. Dies schont die Gesundheit der Menschen, weil sie keinen giftigen Spritzmitteln ausgesetzt sind. Der konventionelle Baumwollanbau benötigt sehr grosse Mengen an Gift: Obwohl Baumwolle nur auf 2,5 Prozent der weltweiten Ackerflächen wächst, werden hier 16 Prozent aller Insektizide gespritzt.
- **Umweltverträglichkeit**  
Auch die Natur profitiert, weil beim Bio-Anbau Gentechnologie und chemische Hilfsmittel verboten sind. Beim konventionellen Anbau stammen heute bereits über 50 Prozent der Baumwolle aus gentechnisch verändertem Saatgut – die Folgen des Eingriffs ins pflanzliche

Erbgut sind nicht absehbar. Der Kunstdünger laugt die Ackerböden aus, wodurch dieser langfristig seine Ertragskraft verliert. Zusammen mit den Insektiziden und anderen Giften wird er in Flüsse und ins Grundwasser gespült. Beim Bio-Anbau hingegen bleiben die Ökosysteme unversehrt und das Trinkwasser sauber.

### **Helvetas: Pionierin und Expertin für Bio- und Fair-Trade-Baumwolle**

Helvetas engagiert sich seit zehn Jahren für Bio-Baumwolle und Fairen Handel. In Westafrika und Zentralasien fördern wir die landwirtschaftliche Beratung von Kleinbauern und unterstützen sie bei der Bildung und Organisation von Produzentenverbänden. Helvetas ist in der Schweiz **das** Kompetenzzentrum für fair gehandelte Bio-Baumwolle. In der Geschäftsstelle in Zürich entwickelt ein Team die Produktionssysteme weiter und vermittelt langfristige Partnerschaften in der Textil-Wertschöpfungskette. Für die Aufbauphase der Baumwollprojekte hat unter anderem Switcher Ernteabnahmegarantien und einen fixen Zuschlag gegenüber dem Weltmarktpreis zugesichert, damit die Projekte kommerziell abgesichert starten konnten. Helvetas fördert den fairen Handel auch als Trägerorganisation von Max Havelaar und verkauft im eigenen FairShop selbst Textilien.

### **Helvetas Kampagne: „Fragen Sie auch bei T-Shirts nach Bio und Fair“**

Die UNO hat das Jahr 2009 zum Jahr der Naturfasern ausgerufen. Da Baumwolle die mit Abstand wichtigste Naturfaser ist, nimmt Helvetas das UNO-Jahr zum Anlass den Absatz fair gehandelter Kleider aus Bio-Baumwolle mit einer Kampagne zu fördern. Damit wir eine grössere Wirksamkeit erreichen, arbeitet Helvetas mit engagierten Partnern aus verschiedenen Bereichen zusammen. Was möchten wir mit der Kampagne erreichen?

Bis Ende 2010 soll der Anteil von Bio- und Fair-Trade-Baumwolltextilien gegenüber heute auf 10 Prozent verdoppelt werden. Wir wollen, dass die Konsumenten nicht nur bei Lebensmitteln bewusst einkaufen, sondern auch bei der Bekleidung nach Bio und Fair fragen. Was für viele Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf von Lebensmitteln heute selbstverständlich ist soll auch beim Kleiderkauf zur Selbstverständlichkeit werden.

Mit ihrer Kampagne will Helvetas die Nachfrage ankurbeln und setzt dabei in erster Linie auf die kritischen Konsumentinnen, die bereits bei Lebensmitteln auf ökologische und soziale Kriterien achten. Als Konsumenten haben wir es in der Hand: unter dem Nachfragedruck werden auch der Textilhandel und die Mode-Anbieter reagieren und biologisch produzierte und fair gehandelte Artikel ins Sortiment aufnehmen. Pioniere wie unsere Kampagnenpartner führen schon seit längerem solche Artikel. Wir wollen, dass viele nachziehen und das Angebot deutlich wächst.

Worin besteht unsere Kampagne?

- Website: Der Fashion Shop Finder ist das Kernstück der Kampagne. Auf [www.bio-fair.ch](http://www.bio-fair.ch) erhalten Konsumentinnen und Konsumenten einen Überblick über das aktuelle Angebot an Bio- und Fair-Trade-Textilien. Die Shops deklarieren ihr Angebot selbst. Wer verantwortungsvolle Mode in seiner Lieblingsboutique vermisst, kann über ein Mailtool Druck machen.
- Plakate: Ab heute läuft eine nationale Plakatkampagne in allen drei Sprachregionen. Im Herbst ist eine zweite Welle geplant. Auch an den Verkaufsstellen der kommerziellen Partner wird mit Flyern und Plakaten geworben.

- Veranstaltung: Helvetas organisiert vom 21.-25. September den Weltkongress für Bio-Baumwolle „From Fashion to Sustainability“ in Interlaken. Am Kongress werden Baumwollanbieter, Vertreter der Modebranche und politische Entscheidungsträger zusammen kommen, um über Innovationen und Herausforderungen im Markt für Bio- und Fair-Trade-Baumwolle zu diskutieren.

Weil Bio und Fair Trade im Trend liegt, glauben wir an den Erfolg der Kampagne. Auf dass wir damit unserer Vision einen Schritt näher kommen: eine Welt, in der alle Menschen in Würde und Sicherheit selbstbestimmt leben und der Umwelt Sorge tragen.



# Survival of the Fittest: Bio-Baumwoll-Produzenten und die Weltwirtschaftskrise

Von Hans-Peter Egler, Ressortleiter Handelsförderung

## 1. Bedeutung UNO Jahr für Naturfasern?

Grundsätzlich dienen Anlässe wie das Internationale UN Jahr der Naturfaser zur Belebung eines bestimmten Themas. Die Wirkung ist ähnlich wie bei festen Tagen oder Anlässen pro Jahr, wie z.B. der Valentinstag am 14. Februar oder „faire Wochen“ in anderen Ländern.

Naturfasern sind aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Sie finden sich wieder im Kaffeesack aus Jute, bei Autozulieferteilen (Autohimmel) oder in verführerischer Unterwäsche wie Victoria's Secret oder treten eben seit neuestem auch als Bananen oder Kopfsalate auf.

Vor allem in Entwicklungsländern hängen viele Arbeitsplätze von der Naturfaserproduktion und-verarbeitung ab. Da ist es sinnvoll, diese Bedeutung einmal mit einem internationalen Jahr der Naturfaser hervorzuheben. Das Jahr wurde auf Vorschlag der FAO von der UNO proklamiert.

Ein solches Jahr lebt natürlich nur, wenn es mit konkreten Aktionen bereichert und das Anliegen fassbar wird.

## 2. Engagement des SECO im Bereich Bio und Fair trade

Im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit unterstützt das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO bereits seit langem den Handel mit nachhaltig erzeugten landwirtschaftlichen Produkten, die wirtschaftliche Diversifizierung, effiziente Versorgungsinfrastrukturen, die ressourceneffiziente Weiterverarbeitung agrarischer Rohstoffe und den dafür benötigten Technologietransfer sowie die Ausarbeitung entsprechender politischer Rahmenbedingungen in diesen Bereichen.

Die Schweiz anerkennt die positive Wirkung von Labels auf die wirtschaftliche Entwicklung; denn es ist erwiesen, dass Labels eine Wirkung auf Produktionsverfahren und Konsumverhalten ausüben können. Aus diesem Grunde hat der Bund in seiner Labelstrategie<sup>1</sup> u.a. das SECO beauftragt, die Anerkennung und Förderung von Labels zu unterstützen. Daher setzt sich die Schweiz auch im Rahmen der WTO für die Ausarbeitung günstiger Rahmenbedingungen für die Anwendung transparenter und offener Standards und Labels ein, die den Produzenten aller interessierten Länder gleich zugänglich sind.

---

<sup>1</sup> Anerkennung und Förderung von Labels, IDARio Bern, 2000.

Viele Produzenten in Entwicklungsländern können auf eine wachsende Nachfrage nach Bio- sowie Fair-Trade-Produkten durch die Konsumentinnen und Konsumenten in Industrie- und zunehmend auch in Schwellenländern zählen. Im Sinne der Diversifizierung der Produktpalette und damit sich die Länder aus einer einseitigen Abhängigkeit von einer bestimmten Ressource lösen können, unterstützt das SECO entsprechende Initiativen zur Förderung von Bio- und Fair Trade Produkten in den Partnerländern. Die mit dem Verkauf solcher Produkte erzielten Mehreinkommen tragen zum wirtschaftlichen Aufschwung und der nachhaltigen Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen bei.

Das SECO fördert im Bereich der Bio- und Fair Trade Baumwolle in Zusammenarbeit mit Helvetas die Aktivitäten entlang des gesamten Produktions- und Verkaufsprozesses. Alle relevanten Akteure sind hier beteiligt: Produzenten, Zulieferer, Zertifizierer wie Max Havelaar, Abnehmer wie COOP und Switcher. Helvetas übernimmt die vom SECO finanzierte Rolle des Projektumsetzers. Dies schliesst die Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden durch Öffentlichkeitsarbeit mit ein.

### **3. Marktpotential**

Von der Finanz- und Wirtschaftskrise sind jene Produzenten im Süden am meisten betroffen, die ihre Produktion zuwenig auf die potenzielle Nachfrage ausrichten.

Die Bio-/Fair gehandelte Baumwolle der Produzenten im vorliegenden Projekt entspricht einer auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten durchaus existierenden Nachfrage.

Es ist aber damit zu rechnen, dass sich auch diese Nachfrage im Rahmen der Wirtschaftskrise abschwächen wird.

Wir vom SECO sind fest davon überzeugt, dass der Abschwung bei Bio- und Fair Trade Produkten allerdings weniger drastisch sein wird, als jener, der die Produzenten auf dem undifferenzierten und daher volatileren Massenmarkt ereilen wird.

Bio-/Fair gehandelte Produkte sind speziell. Erst in der letzten Woche wurde bekannt, dass der Absatz von Bioprodukten im letzten Jahr stark zugenommen hat und die Wirtschaftskrise hier noch keinen allzu starken negativen Einfluss gehabt hat. Die Wirtschaftskrise trifft die Branchen unterschiedlich. Umfragen unter den Konsumenten lassen erwarten, dass der Bereich Bio und Fair Trade weniger hart betroffen sein wird.

Dank einer solchen Zusammenarbeit wie die vorliegende mit Helvetas, Coop, Switcher, Max Havelaar und allen anderen Akteuren entlang des gesamten Produktions- und Verkaufsprozesses, werden die Produzenten aus dem Süden befähigt, hohe Qualitätsansprüche sowie moderne und nachhaltige Produktionsmethoden anzuwenden. Dadurch können sie auch einfacher die Entwicklung selbst in die Hand nehmen und z.B. bei der Fruchtfolge Produkte anbauen, die ihren Absatz sowohl auf dem lokalen Markt als auch im internationalen Handel finden.

Damit kann auch ein Naturfasersalatkopf im Darwin-Jahr einen Beitrag zum „Survival of the Fittest“ leisten!



# FACTS AND FIGURES

Das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO unterstützt im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit ärmere Entwicklungsländer dabei, sich auf dem internationalen Parkett für ihre Anliegen einzusetzen. Baumwollproduzenten in Afrika bekommen durch gezielte Projekte das Know-how vermittelt, um fit für den internationalen Markt zu sein. Darüberhinaus müssen auch die Rahmenbedingungen stimmen: Mit ihrer Baumwoll-Initiative kämpfen vier afrikanische Länder (Mali, Burkina Faso, Benin, Tschad) in der WTO für gleich lange Spiesse, indem der für ihre Entwicklung zentrale Baumwollsektor liberalisiert wird und gewisse Industrieländer den Schutz ihrer eigenen Produktion reduzieren. Das SECO unterstützt sie dabei.

## Von der Nische auf den Massenmarkt

### **Burkina Faso: Fairer Handel mit Bio-Baumwolle für den Weltmarkt**

**Die Nachfrage nach Bio-Baumwolle hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Mit einer koordinierten Unterstützung will das SECO langfristige Produktions- und Handelsbeziehungen aufbauen.**

Anhadi Bwangou ist Landwirt in Pintuagou, im Osten von Burkina Faso. Mit der Bewirtschaftung seiner Felder erzielt er jährlich einen Gesamterlös von 900 Franken. Damit ernährt er seine 16-köpfige Grossfamilie. Bwangou setzt auf den biologischen Anbau von Baumwolle. Er erzielt damit einen von vornherein garantierten Abnahmepreis von rund 70 Rappen pro Kilo – 80 Prozent höher als jener für konventionelle Baumwolle.

### **Langfristige Beziehungen**

Bauer Bwangou ist Nutzniesser eines Förderprogramms von SECO und Helvetas. Das wachsende Interesse diverser Baumwollabnehmer an nachhaltig produzierter Ware veranlasste das SECO, in Burkina Faso, Mali und Kirgisistan ein Programm zur Förderung des Exports von Bio- und Fairtrade-Baumwolle zu lancieren. Ziel dieses Projektes ist es, in Zusammenarbeit mit den verschiedenen Gliedern der Wertschöpfungskette – Bauernverbände, verarbeitende Industrie, Händler und Importeure – langfristige Produktions- und Handelsbeziehungen aufzubauen. Die Bio- und Fairtrade-Baumwolle soll nicht länger ein Nischenprodukt bleiben, sondern auf den Massenmarkt kommen. Ein Meilenstein auf dem Weg zu diesem Ziel bildete das Ausrichten der Produktion auf international anerkannte Zertifizierungssysteme. Das eröffnete den Bauern ein beträchtliches Potenzial auf dem globalen Markt.

### **Frauen übernehmen**

Das Bio-Baumwollprojekt weist gute Resultate aus: Die produzierten Mengen – im Jahr 2006 beispielsweise 143 Tonnen in Burkina Faso und 260 Tonnen in Mali – liegen über den ursprünglichen Zielen. Der Anteil an Bio-Baumwolle am Gesamtimport in die Schweiz ist in wenigen Jahren auf 5 Prozent angestiegen. Auch der Fairtrade-Markt für Baumwolle nimmt stark zu. Für die Bauern wie Bwangou waren garantierte Fairtrade-Preise sowie gesündere Produktionsbedingungen entscheidend für die Akzeptanz des Programms. Während in der konventionellen Baumwollproduktion Frauen mangels Zugang zu Krediten für den Baumwollanbau quasi ausgeschlossen sind und wegen der Giftigkeit der verwendeten Pestizide grossen Gesundheitsgefahren ausgesetzt sind, werden im Bio-Programm 40 Prozent der Betriebe von Frauen bewirtschaftet. Das Projekt trägt somit nicht nur zur Einkommensverbesserung der Baumwollproduzenten bei, sondern auch zu einer Stärkung der Rolle der Frau in der Familie.

## Durchbruch dank Durchblick

### **Doha: Initiative für freien Handel auf dem Baumwollmarkt**

**Vier westafrikanische Länder stehen im Rahmen der Welthandelsorganisation (WTO) für die Aufhebung der Subventionen reicherer Länder für Baumwolle ein. Die Schweiz sekundierte mit einem Ausbildungs- und Beratungsprogramm für die afrikanischen Handelsdiplomaten.**

Benin, Burkina Faso, Mali und Tschad sind Baumwollproduktionsländer. Ihre Wirtschaft ist in hohem Masse vom Weltmarktpreis für Baumwolle abhängig. Dieser ist jedoch durch Subventionen in ebenfalls Baumwolle produzierenden reicheren Ländern, allen voran in den USA, in geringerem Ausmass in China und in der EU, stark verzerrt. An der WTO-Konferenz von Cancún 2003 trat zum ersten Mal eine Staatengruppe von vier westafrikanischen Ländern (C-4, "Cotton Four") mit der Forderung auf, gegen die marktverzerrenden Exportsubventionen von Baumwolle vorzugehen.

### **Massgeschneiderte Schulung**

Die vier westafrikanischen Baumwollproduktionsländer wurden bei ihrer so genannten Baumwollinitiative in der WTO von der Schweiz unterstützt. Das vom SECO mandatierte Schweizer Expertenbüro IDEAS Centre half den Regierungen der C-4, das Regelwerk der WTO besser zu verstehen und für ihre eigenen Ziele zu nutzen. Die massgeschneiderte Schulung und Beratung der afrikanischen Handelsdiplomaten schaffte die Voraussetzungen dafür, dass die vier westafrikanischen Länder in den Verhandlungen der WTO professionell ihre Interessen einbringen konnten. In ihrer Eingabe bei der WTO verlangen die C-4, dass die handelsverzerrenden Subventionen für Baumwolle in den Industrieländern aufgegeben werden. Diese Forderung entspricht den Prinzipien der WTO (freier Handel).

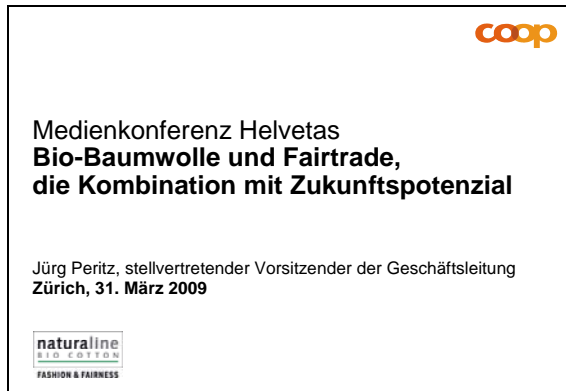
### **Auf der Traktandenliste**

Die Auswirkungen der WTO-Eingaben der C-4 sind bedeutend: Erstmals konnten kleine, sehr arme Länder durch ihr gemeinsames Auftreten vor der WTO die Grossen dazu bringen, über die verheerenden Auswirkungen der Agrarsubventionen auf die Wirtschaft afrikanischer Länder zu debattieren. Der C-4 Staatengruppe ist es gelungen, innerhalb der letzten fünf Jahre die Baumwolle weit oben auf die Traktandenliste der WTO zu setzen. Diese Initiative belegt, dass auch die ärmsten Entwicklungsländer sich in ein internationales Regelwerk einbringen und davon profitieren können. Gleichzeitig trägt die Initiative zur Stärkung der Glaubwürdigkeit des WTO-Regimes bei. Sie zeigt, dass gerade kleinere Staaten, welche bei bilateralen Verhandlungen wenig Gewicht haben, von den global geltenden WTO-Regeln profitieren können.

# Bio Baumwolle und Fairtrade, die Kombination mit Zukunftspotenzial

Jürg Peritz, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Medienkonferenz von Helvetas in Zürich, 31. März 2009

---



Geschätzte Damen und Herren

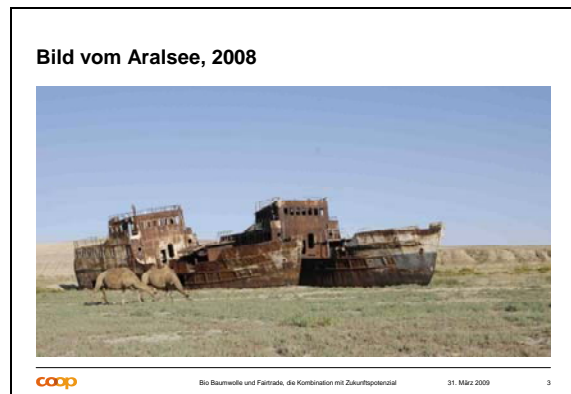
Zu Beginn möchte ich mich bei Helvetas für die Einladung zur heutigen Pressekonferenz herzlich bedanken.



In der heutigen Zeit muss immer häufiger die Frage gestellt werden, was wichtiger ist: Uhr oder Kompass? Effizienz oder Effektivität? Für mich persönlich ist klar, dass es eine Kombination sein muss. Die Bedeutung des Kompasses steht jedoch meiner Ansicht nach an allererster Stelle.

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, wohin sich unsere Gesellschaft bewegt, wenn die Nadel auf unserem Kompass nur noch auf "Egoismus" und "Kurzfristigkeit" zeigt, wenn "Nachhaltigkeit" von der Werteskala des Kompasses verschwindet.

Mit dem diesjährigen "Internationalen Jahr der Naturfaser" der UNO wird ein wichtiges Zeichen gesetzt, denn die Produktion von Textilien aus konventioneller Baumwolle belastet unsere Umwelt und die Menschen im Produktionsprozess dramatisch.

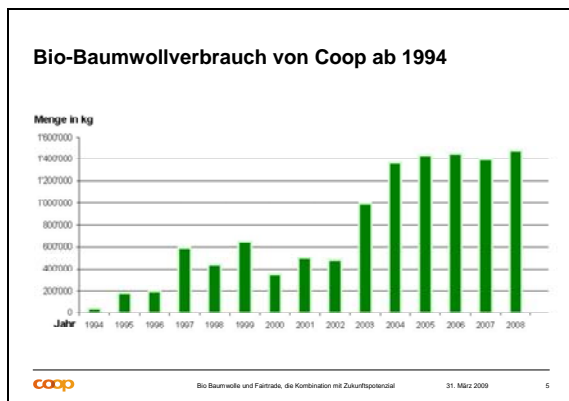


Ich weiss nicht, ob Sie meinen beruflichen Werdegang kennen. Im Alter von 20 Jahren bin ich in der Modebranche gestartet. Ab 1979 war ich für Jelmoli als Einkäufer für Bekleidung in China und Indien unterwegs. Ich sah dort unglaubliche Zustände und erkannte rasch die Risiken und Gefahren. Diese Entwicklung konnte ich während rund 10 Jahren verfolgen und suchte nach Lösungen aus dieser gefährlichen Sackgasse.

1990 übernahm ich bei Coop die Verantwortung für den Bereich Bekleidung. Angespornt von unserer Bio-Linie Coop Naturaplan im Foodbereich fand ich dann schliesslich 1993 die Lösung für den Bekleidungsbereich mit der Lancierung von Coop Naturaline.



1994 starteten wir die bio-soziale Partnerschaft mit der Firma Remei AG und den bioRe® Projekten in Indien. Zusammen mit Patrick Hohmann und seinem Team haben wir als Pioniere einen Markt geschaffen, den es bisher noch nicht gab. Wir sind durch Höhen und Tiefen gegangen und haben dabei viel gelernt.



Bei Coop haben wir den Umsatz von anfänglich CHF 3 Mio. auf CHF 60 Mio. gesteigert. Seit 1994 haben wir für Naturaline 11'500 Tonnen Bio-Baumwolle verarbeitet und durch die bio-Re® Stiftung zahlreiche soziale Projekte erfolgreich umgesetzt.

### Leitbild bioRe® Stiftung

- Biologische und biodynamische Landwirtschaft
- Infrastrukturaufbau in den Bereichen Schulung, Gesundheit/Ernährung und Landwirtschaft
- Organisationsaufbau und Kapitalbindung

coop Bio Baumwolle und Fairtrade, die Kombination mit Zukunftspotenzial 31. März 2009 6

Diese Kombination von einerseits biologischem Anbau von Baumwolle und andererseits sozialen Leistungen ist für mich *der* zentrale Dreh- und Angelpunkt, das wichtigste Element hinter Naturaline. Es geht um mehr als nur um das Vermarkten von Bio-Baumwolle.

### 15% höhere Preise + Abnahmegarantie

+15%  
und  
Abnahmegarantie

coop Bio Baumwolle und Fairtrade, die Kombination mit Zukunftspotenzial 31. März 2009 7

Es geht um die Förderung der biologischen Landwirtschaft. Unsere Bauern erhalten nicht nur eine Abnahmegarantie für ihre gesamte Ernte, sondern auch einen Preis, der 15% über dem Durchschnitt des Marktpreises der letzten 5 Jahre liegt.

Die Bauern werden zur Selbstorganisation befähigt. Wir fördern über die Stiftung die Bereiche Schulung, Gesundheit und Ernährung und unterstützen den Organisationsaufbau und die Kapitalbildung.



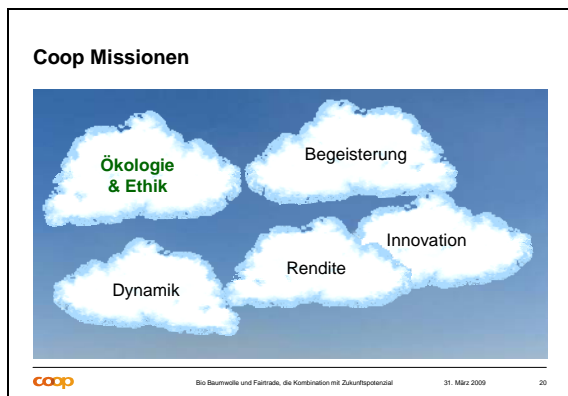
Geschätzte Damen und Herren, ich bin davon überzeugt: Nachhaltige Leistungen sind der Wachstumsmotor der Zukunft.

Konsumentinnen und Konsumenten sind immer besser informiert und es ist eine zentrale Kernaufgabe, dies auch weiterhin zu fördern. Die Welt wird immer transparenter und die Nachfrage wird je länger je stärker die Produktion steuern und nicht umgekehrt.

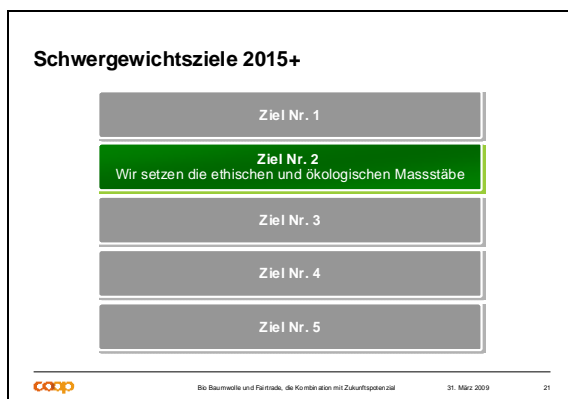
Etwas gilt es jedoch nicht zu vergessen: Nachhaltige Angebotsleistungen alleine bringen keinen Erfolg! Die Kundinnen und Kunden wollen Angebote, die dem aktuellen Lifestyle entsprechen, qualitativ einwandfrei sind und den Mehrwert der Nachhaltigkeit beinhalten.



Wenn diese Punkte in Einklang gebracht werden können, dann werden dies *die* Leuchtturm-Produkte der Zukunft. Das sind keine Hoffnungen von realitätsfremden Träumern.



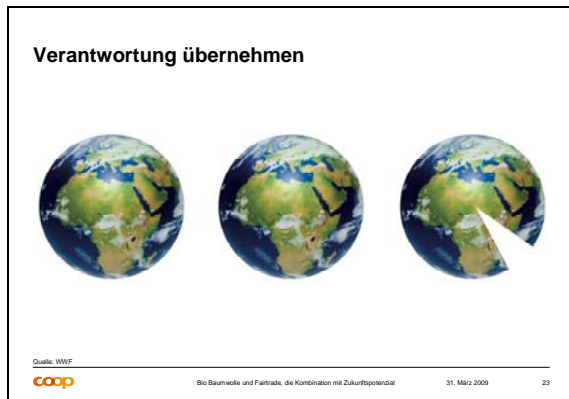
Bei Coop ist die Nachhaltigkeit Bestandteil unserer Missionen...



...und ist auch ein wichtiger Bestandteil unserer strategischen Ziele.



Bei Coop haben sich Marken wie Naturaplan, Naturaline, Pro Montagna oder Oecoplan schon lange aus der Nische heraus entwickelt. Sie entwickeln sich mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten und die Beliebtheit bei den Konsumentinnen und Konsumenten wächst von Jahr zu Jahr. Wir sind Marktleader und sind stolz darauf! Wir haben an diesen Markt geglaubt und in diesen Markt investiert, als dies bei den meisten Unternehmen noch überhaupt kein Thema war. Dabei haben wir alte Pfade verlassen und neue Wege beschritten. Wir haben dabei immer dazu gelernt und tun dies noch heute.

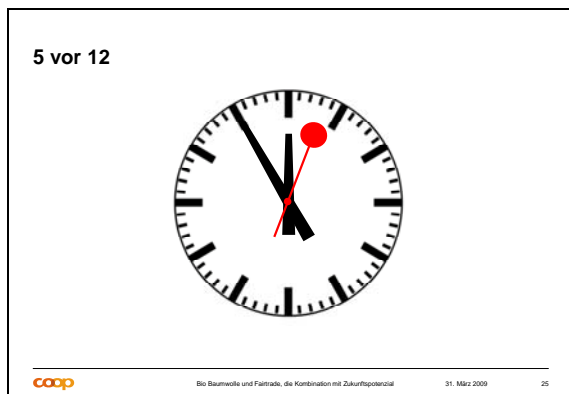


Als grosses Schweizer Unternehmen und als Genossenschaft wollen wir Verantwortung übernehmen. Der schonende Umgang mit unseren Ressourcen ist eine Frage der Moral. Würden alle Menschen dieser Erde so viele Ressourcen verbrauchen wie wir in der Schweiz, dann würden wir dafür knapp 3 Planeten brauchen!



Oft höre ich in letzter Zeit die Frage: *"Kann man sich in diesem wirtschaftlichen Umfeld Investitionen in Nachhaltigkeit überhaupt noch leisten?"*

Ja, wir können und wir *müssen (!)*, denn nachhaltige Angebotsleistungen, Investitionen zur Verminderung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses, Reduktion des Energieverbrauchs und der Treibstoffe sind gerade jetzt gefragter denn je. Sie leisten den wesentlichen Beitrag zum Dreieck der Wirtschaftlichkeit, der Ökologie und der Ethik.





Geschätzte Damen und Herren, der Zeiger steht auf fünf vor zwölf, wirtschaftliche Entwicklung hin oder her! Unsere Umwelt verändert sich dramatisch und die sozialen Spannungen wachsen.



Wir müssen uns daher bewusst sein, dass wir mit allem was wir tun einen Fussabdruck hinterlassen...



Wir haben nur eine einzige Welt. Auch unsere zukünftigen Generationen sollen die grossen und kleinen Wunder dieser Welt noch erleben dürfen.



Der Beitrag der bio-sozialen Angebotsleistungen ist je nach Betrachtungswinkel sehr gross oder auch sehr klein. Sowohl aus meiner seinerzeitigen Sicht als Einkäufer von Bekleidung wie auch aus meiner heutigen Sicht als stellvertretender Vorsitzender der Coop Geschäftslei-

tung bin ich überzeugt, dass der Beitrag zu einer besseren und wirtschaftlicheren Welt von grösster Bedeutung ist.



Die Probleme beim konventionellen Baumwollanbau sind bekannt:

Beim konventionellen Anbau von Baumwolle werden massiv teure und chemische Pflanzenschutz- und Düngemittel eingesetzt. 2.4% der weltweiten Ackerbaufläche werden für den Baumwollanbau eingesetzt. Auf dieser 2.4% Fläche werden 25% aller auf der Welt verkauften Pestizide eingesetzt. Dies schadet nicht nur der Natur, sondern auch den Menschen, die dort arbeiten.

Im Gegensatz zum konventionellen Baumwollanbau hat der Anbau von Bio-Baumwolle auch positive Auswirkungen auf die Menschen. Die Bauern entkommen der Schuldenfalle, weil sie keine teuren Pestizide, Dünger oder gentechnisch verändertes Saatgut kaufen müssen. Und sie bleiben gesund, weil der unsachgemässe Umgang mit den Pestiziden erheblich reduziert wird.

Auch bei der Verarbeitung der Baumwolle zu Textilien wird noch immer mit problematischen, umwelt- und gesundheits-schädlichen Chemikalien gearbeitet, welche schlussendlich an unsere Haut gelangen, wenn wir diese Textilien tragen.

Schlechte soziale Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit sind auch in der Textilverarbeitung leider noch immer verbreitet. Coop Naturaline geht seit 1993 einen anderen Weg.



1993 wurde Coop Naturaline als Label für ökologische Bekleidung lanciert. Zwei Jahre später, 1995, wurde das gesamte Angebot auf fair gehandelte Bio-Baumwolle umgestellt.

Coop arbeitet mit dem schweizerischen Garn- und Bekleidungsunternehmen Remei AG zusammen, welches im indischen Maikaal und in Tanzania Förderprojekte für den biologischen Baumwollanbau ins Leben gerufen hat. Zudem unterstützt Remei durch die bioRe® Stiftung den Auf- und Ausbau der Projekte in Maikaal und Tanzania.

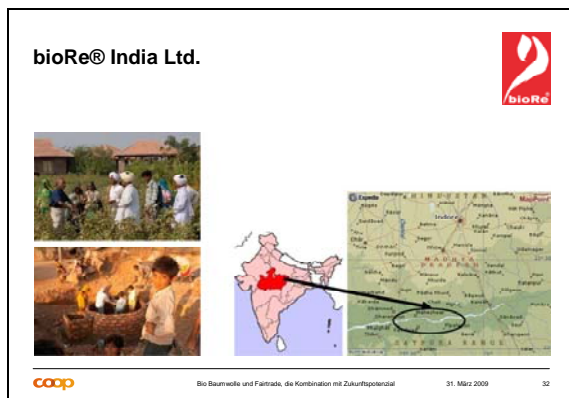
Zweck der Stiftung ist es, den biologischen Baumwollanbau zu fördern, bedürftige Bauern zu unterstützen und soziale Infrastrukturen in den Bereichen Ausbildung, Ernährung und Gesundheit sowie die Vermarktung von Bio-Produkten zu fördern.

Diverse Projekte der bioRe® Stiftung werden auch mit Mitteln aus dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt.

Aus Indien und Tanzania stammt die gesamte Baumwolle für die Textilien für Naturaline. Von 1994 bis heute ist Coop die grösste Vermarkterin von fair hergestellten Textilien aus Bio-Baumwolle.



Die Bio-Baumwolle wird in Indien und Tanzania nach den strengen Bio-Richtlinien angebaut. Schädlinge werden natürlich bekämpft und Wasser wird sparsam eingesetzt. Gentechnisch verändertes Saatgut ist verboten. Ökologie und Soziales gelten aber auch für die Verarbeitung, und das zeichnet Naturaline ganz besonders aus. Es hört nicht einfach mit der Baumwolle auf. So werden zum Beispiel in den Farbstoffen keine toxischen Schwermetalle eingesetzt, und gebleicht wird ohne Chlor.



Das bioRe® Baumwollprojekt in Maikaal ist der Anfang der integrierten bioRe® Textilkette, welche die Bauern, die Textilindustrie und den Handel partnerschaftlich verbindet. Der Bio-Baumwollanbau hat sich bewährt, die Erträge sind nach einer Umstellungsphase klar höher als beim konventionellen Anbau.

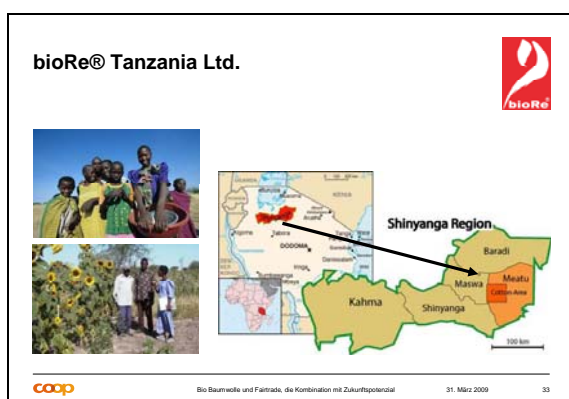
Eine zentrale Frage lautet:

*"Zu welchen Bedingungen können die Bio-Baumwoll-Bauern ihre Ernte verkaufen?"*

In den bioRe® Projekten erhalten die Bauern a) einen Preis der um 15% über dem Durchschnitt des Marktpreises der letzten 5 Jahre liegt und b) eine Abnahmegarantie ihrer gesamten Ernte.

Neben dem biologischen Anbau werden auch soziale Aspekte berücksichtigt. So werden die Bauern in eigenen Ausbildungszentren über den Bio-Landbau geschult und kontinuierlich beraten. Es werden Schulen gebaut und ein mobiles Gesundheitszentrum bietet medizinische Versorgung in der Region an.

Heute arbeiten in Maikaal knapp 8'000 Bauern am bioRe® Projekt. Jährlich werden rund 8'000 Tonnen biologisch angebaute Bio-Rohbaumwolle produziert. Damit ist bioRe® India die weltweit bedeutendste Bio-Baumwoll-Produktionsgemeinschaft.



Im kleineren bioRe® Projekt Tanzania arbeiten 2'300 Bauern mit. Wie in Indien wurden auch in Tanzania Ausbildungszentren zur Schulung und Beratung gebaut. Im bioRe® Projekt Tanzania werden Brunnen zur lokalen Wasserversorgung gebaut und mit angebotenen Nähkur-

sen werden im Speziellen die Frauen gefördert. Mit dem Verkauf der selbst genähten Baumwoll-Säcke können die Frauengruppen Einkommen generieren und sich über längere Zeit ihre Lebensgrundlage verbessern.

Was dies für die einzelnen Menschen - die Bauern in Indien und Tanzania bedeutet - kann ich kaum in Worte fassen. Das erfährt man nur wirklich, wenn man vor Ort die Menschen trifft und sieht, wie der Bio-Landbau ihre Leben und dasjenige ihrer Familien verändert hat.



Bio-Baumwolle ist jedoch nur der erste Schritt. Es ist ein langer Weg von der Baumwolle bis zum fertigen T-Shirt. Wie schon gesagt: Bei Naturaline ist die ganze Verarbeitungskette fair und sozial. Dies gilt für die ca. 20 direkten Geschäftspartner wie auch für die ca. 60 Untertierlieferanten (Stricker, Weber, Färber, Drucker, Veredler).

Unabhängige Kontrollinstitute überwachen die gesamte textile Kette, vom Baumwollanbau bis zum fertigen Bekleidungsstück:

- Zertifizierung und Kontrolle der Bio-Baumwolle nach den EU-Richtlinien für biologischen Anbau (bio.inspecta)
- Externe "BSCI" soziale Anforderungen in der Verarbeitung (SGS)
- Interne ökologische Anforderungen in der Verarbeitung (SGS)

Externe Labors und die Coop Qualitätssicherung prüfen die Endprodukte regelmässig auf Schadstoff-Kontamination. Damit wird die Einhaltung der Grenzwerte sichergestellt.

**Für den Kunden**

- Die hohe Hautfreundlichkeit und die Mehrwerte durch fairen Handel mit Bio-Baumwolle machen Naturaline zu einem einzigartigen Label.
- Umfassendes Angebot: in ca. 140 Coop Supermärkten und Megastores, sowie in allen 33 Coop City Warenhäusern. Rund 440 Modelle von Strumpfwaren, Wäsche für Babies, Kinder, Damen und Herren über Bett- und Frottierwäsche.

coop Bio Baumwolle und Fairtrade, die Kombination mit Zukunftspotenzial 31. März 2009 35

Die Bio-Baumwolle und die Grundsätze für die Verarbeitung garantieren eine hohe Hautfreundlichkeit der Naturaline Textilien. Durch die lückenlose Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Verarbeitungskette können die Kundinnen und Kunden sicher sein, ein fair gehandeltes und ökologisch einwandfreies Kleidungsstück zu tragen.

Das umfassende Angebot in ca. 140 Coop Supermärkten und Megastores, sowie in allen 33 Coop City Warenhäusern bietet rund 440 Modelle von Strumpfwaren, Wäsche für Babies, Kinder, Damen und Herren über Bett- und Frottierwäsche.



Der erste Schritt war es, fair gehandelte Bio Baumwoll-Textilien zu produzieren. In einem zweiten Schritt geht Coop zusammen mit Remei noch weiter Richtung CO<sub>2</sub>-neutrale Textilproduktion. Und als dritter Schritt ist es uns gelungen, Melanie Winiger als Botschafterin für Naturaline zu gewinnen. Sie verkörpert am besten die neue Art, ökologische und fair gehandelte Textilien zu tragen - Sie verbindet trendigen Lifestyle mit einem guten Gewissen. Und sie hilft mit, die Idee von fair gehandelten Bio Baumwoll-Textilien einer breiten Bevölkerung näher zu bringen und sie dafür zu begeistern.

## Factsheet Coop Naturaline

März 2009

### Was ist Coop Naturaline?

Naturaline steht für rund 440 Modelle aus Bio-Baumwolle. Über vier Millionen Naturaline-Artikel wurden 2007 verkauft. Mit diesem umfangreichen Sortiment ist Coop weltweit die grösste Anbieterin von biologisch und fair hergestellten Baumwolltextilien. Das Ziel des 1993 lancierten Qualitätslabels ist es, Gesundheit und eine umweltschonende sowie sozialverträgliche Produktion von Textilien und Heimtextilien zu vereinen. Seit 1995 wird ausschliesslich Bio-Baumwolle verwendet, die aus den bioRe®-Projekten in Indien und Tansania stammt. Vom Bio-Anbau bis zum fertigen Produkt erfüllen alle Stufen und Prozesse der Baumwollverarbeitung strenge ökologische und soziale Anforderungen.

Weil das Programm von den aufgebauten, intensiven Partnerschaften lebt, kennt Coop jede Stufe der Verarbeitung und pflegt partnerschaftliche Beziehungen zu Lieferanten und Unterlieferanten. Eine unabhängige Kontrollinstanz überprüft jährlich, ob die ökologischen und sozialen Anforderungen bei jedem Prozessschritt eingehalten werden.

### Was möchte Coop mit Naturaline bewirken?

Mit Naturaline möchte Coop einen nachhaltigen und langfristigen Beitrag für Mensch und Umwelt leisten. Die positiven Auswirkungen sind vielfältig. So hat Naturaline für die Arbeiterinnen und Arbeiter in den Textilverarbeitungsfabriken wesentliche Verbesserungen gebracht, und die Erfahrungen aus der herkömmlichen Textilherstellung führten zur Entwicklung des Coop Textilkodex. Dieser wurde 2005 mit dem Beitritt zur Business Social Compliance Initiative (BSCI) durch den BSCI Code of Conduct abgelöst. Die darin formulierten Anforderungen entsprechen weitgehend denjenigen des Textilkodex von Coop. Kinderarbeit ist für Naturaline-Produkte verboten, die Löhne müssen existenzsichernd sein und die Arbeitsbedingungen fair und menschenwürdig. Zudem stellt Coop an die Textilverarbeitung für die Naturaline-Produkte hohe ökologische Anforderungen: Chlorfreie Bleichung, Färben ohne toxische Schwermetalle sowie eine formaldehydfreie Ausrüstung gehören zum Standard.

### Was ist das Projekt bioRe®?

Das Bio-Baumwollprojekt bioRe® wurde 1991 von der schweizerischen Garnhandelsgesellschaft Remei AG und der Spinnerei Maikaal Fibres ins Leben gerufen. Gestartet wurde das Projekt auf einer Ackerfläche von 6 Hektaren im zentralindischen Bundesstaat Madhya Pradesh im indischen Baumwollgürtel.

Heute ist bioRe® weltweit eines der grössten Projekte dieser Art. Zurzeit arbeitet bioRe® in Indien mit über 10'000 Bauern zusammen und beschäftigt rund 95 Mitarbeitende, die mehrheitlich als landwirtschaftliche Berater tätig sind. Jährlich werden rund 8000 Tonnen biologisch angebaute Rohbaumwolle produziert. Ziel des Projekts ist es, die Lebensgrundlage von Kleinbauern über den biologischen Anbau von Baumwolle zu verbessern und die Bauern in die textile Kette einzubinden.

Das Projekt steht auf drei tragenden Säulen: der bioRe® India Ltd, der bioRe®-Stiftung und der bioRe® Association.

**Welche Ziele verfolgt bioRe® gemeinsam mit Coop Naturaline?**

bioRe®-Projekte zeichnen sich durch intensive logistische Unterstützung und Beratung der Bauern aus. Und sie stehen am Anfang der integrierten bioRe®-Textilkette. Diese verbindet die Bauern, die textile Industrie und den Handel partnerschaftlich miteinander. In einzigartiger Pionierarbeit hat Remei zusammen mit Coop seit 1995 die nachhaltige textile Kette für Naturaline aufgebaut (siehe auch «Was möchte Coop mit Naturaline bewirken?»).

Mit ihrer Zusammenarbeit verfolgen Coop und Remei AG vor allem ein Ziel: den nachhaltigen Baumwollanbau sowie die ökologische und sozialverträgliche Herstellung von Textilien in Indien und anderen Staaten zu fördern. Dazu bietet bioRe® den Bauern folgende Dienstleistungen:

- Schulung: Experten bilden Bauern in den Methoden des Bio-Anbaus aus. Die modernen und gut ausgerüsteten Schulungszentren wurden von Coop finanziert.
- Abnahmegarantie: bioRe® gibt den Bauern eine Abnahmegarantie für ihre Baumwollernte.
- Prämie: Zusätzlich zum Marktpreis erhalten die Bauern eine Prämie, um den Mehraufwand des biologischen Anbaus zu finanzieren.
- Management und Kapitalaufbau: bioRe® sorgt für einen stetigen Know-how-Transfer und ein gezieltes Coaching des einheimischen Personals. Die Investitionen (z.B. in Entkernungsanlagen) kommen vollumfänglich den Bauern zugute, und Gewinne werden vor Ort reinvestiert.

Für ihre Pionierarbeit wurden Coop und Remei AG mehrfach ausgezeichnet. So erhielten sie 2002 am UNO-Weltgipfel in Johannesburg einen internationalen Umweltpreis für ihre Naturaline-Partnerschaft.

**Was ist das Ziel der bioRe®-Stiftung?**

Die bioRe®-Stiftung wurde von Remei AG 1997 gegründet, um bioRe®-Projekte für den biologischen Anbau in Indien und Tansania finanziell und mit begleitenden Aktivitäten zu unterstützen. Coop ist im Stiftungsrat vertreten, dies ganz im Sinne der nachhaltigen Strategie von Naturaline. Das Ziel der bioRe®-Stiftung liegt in der Hilfe zur Selbsthilfe. In diesem Sinne unterstützt Coop die Bio-Bauern zusammen mit der bioRe®-Stiftung durch den Aufbau von Ausbildungszentren und diversen Gemeinschaftsprojekten zur Verbesserung der Lebens- und Produktionsbedingungen. Fünf Prozent des Bio-Baumwollerlöses fließen in die Stiftung und werden für Einzel- und Gemeinschaftsprojekte eingesetzt. Die Stiftung fördert die Beratung bei Anbau, Vertrieb und Vermarktung von Bio-Produkten sowie den Aufbau sozialer Infrastrukturen im Bereich Schulung, Gesundheit und Ernährung. In den ersten Jahren wurden vor allem die verschiedensten Vorkehrungen der bioRe®-Bauern für die Umstellung auf Bio-Anbau unterstützt. Dazu zählen Wasserleitungen, Brunnenbauten oder Biogasanlagen.

**Was ist das Ziel der bioRe® Association?**

Die Bauernorganisation bioRe® Association wurde 2003 gegründet. Ihr Zweck: die Unterstützung der Bauern in landwirtschaftlichen Fragen sowie die Entwicklung der lokalen Gemeinschaft. Die Association gehört voll und ganz den freiwillig beigetretenen Bauern, und auch im Aufsichtsrat stellen diese die Mehrheit dar. Jeder einzelne Bauer fühlt sich in der Gemeinschaft stärker und profitiert vom Austausch der Erfahrungen mit anderen Bauern. Die Association legt den Fokus darauf, die Lebensumstände, in denen sich die Bauern bewegen, besser zu verstehen und sie vor Ort durch verschiedene Projekte gezielt zu unterstützen. Mittels Spenden der bioRe®-Stiftung werden soziale Projekte in Indien umgesetzt.



**Wie wirtschaftlich ist das bioRe®-Projekt?**

Ziel des bioRe®-Projekts ist es, vor Ort Kapital aufzubauen und die Projekte mittelfristig in die Unabhängigkeit zu führen. Dazu werden indische Bauern Aktionäre der bioRe® India und dadurch voll in die textile Kette integriert. Aktien können alle registrierten Bauern erwerben, sobald sie fünf Jahre im Projekt sind und die Bio-Richtlinien konsequent umsetzen.

Damit sie vor Ort Kapital bilden können, hat Remei AG die Baumwollhandelsfirma bioRe® India ins Leben gerufen. Diese Dienstleistungsfirma hilft den Bauern, ihre Waren zu bündeln und zu vermarkten.

**Welche konkreten Projekte hat Coop für bioRe® unterstützt?**

Seit 1995 hat bioRe® eine Vielfalt von sozialen Projekten realisiert, so zum Beispiel den Bau von rund 200 Biogas-, 90 Tropfbewässerungs- und 40 Erdwürmer-Kompostanlagen. Mit der Unterstützung des Coop Fonds für Nachhaltigkeit wurde 2005 zudem das erste indische Ausbildungszentrum für Bio-Landbau eröffnet. Ein zweites, ebenfalls durch Coop finanziertes Zentrum wurde im September 2005 in Tansania fertiggestellt. Die Ausbildungszentren fördern den Bio-Anbau in den Regionen und entwickeln sich zu regionalen Kompetenzzentren. Beide Zentren verfügen über eine Demonstrationsfarm und bieten den Bauern Unterkünfte an. So kann das Gelernte an Ort und Stelle in die Praxis umgesetzt werden. Im November 2006 wurde die ebenfalls durch den Coop Naturaplan-Fonds finanzierte mobile Arztpraxis in Betrieb genommen. Das mobile Gesundheitszentrum bietet den Menschen im indischen Baumwollgürtel umfangreiche ärztliche Behandlungen und Dienstleistungen. Krankheiten können diagnostiziert oder behandelt werden, Frauen kommen in den Genuss von Schwangerschaftsbegleitung. Mit Filmen und Diskussionen werden die Menschen zudem für Hygiene- und Ernährungsfragen sensibilisiert.

**Welche Ziele setzt sich Naturaline bezüglich CO<sub>2</sub>-Ausstoss?**

Das gesamte Naturaline-Sortiment wird bis im Jahr 2012 CO<sub>2</sub>-neutral. Dieses Ziel erreichen Coop und Remei, indem mit kleineren Pilotprojekten Erfahrung gesammelt wird. Jeder einzelne Produktionsschritt, vom Anbau der Baumwolle bis zum Transport des fertigen Kleidungsstückes, muss in die Rechnung mit einbezogen werden. Um ein solches Vorhaben möglich zu machen, muss die Prozesskette vom Anfang bis zum Ende bekannt und transparent sein. Ein erstes Pilotprojekt wurde 2008 in Indien umgesetzt, zwei weitere sind für das Jahr 2009 geplant.

Coop und Remei haben sich für die Umsetzung eigener CO<sub>2</sub>-Projekte entschieden. Eine Alternative wäre beispielsweise eine Zusammenarbeit mit myclimate gewesen. Die Entscheidung basiert auf der Überlegung, dass eigene Projekte die Lebensumstände der Bauern vor Ort verbessern. So kommt der Nutzen direkt den ins bioRe Projekt involvierten Personen zugute. Dies entspricht einer konsequenten Fortsetzung des langjährigen Engagements von Coop und Remei.

**Weshalb wurde Melanie Winiger als Botschafterin von Naturaline engagiert?**

Coop ist stets bestrebt, Naturaline bei einer noch breiteren Kundschaft bekannt zu machen. Mit Melanie Winiger hat Naturaline die ideale Botschafterin: Sie ist einem grossen Publikum bekannt und sie ist eine junge, moderne und nachhaltige denkende Mutter – die Naturaline-Kundin par excellence.

**Was macht den Erfolg von Naturaline aus?**

Dank der langjährigen Partnerschaft der Garnhandelsgesellschaft Remei AG mit Coop ist es gelungen, eine transparente Textilkette vom Anbau der Bio-Baumwolle über die Verarbeitung bis in die Coop-Verkaufsstellen aufzubauen. Coop kennt alle Lieferanten und Unterlieferanten, die meisten sind langjährige Partner. Coop und Remei haben dabei echte Pionierarbeit geleistet und bei der durchgehenden Rückverfolgbarkeit bei Textilien Meilensteine gesetzt.

Ohne Nachfrage der Konsumenten geht auch bei Naturaline nichts. Naturaline bietet eine Materialqualität, die sehr weich und langlebig ist. Natürlich ist diese Biobaumwolle auch äusserst hautverträglich verarbeitet. Damit hat Naturaline den Beweis erbracht, dass Mode und ein Engagement für die Umwelt kein Widerspruch sind, und trotz allem erschwinglich im Preis ist.

**Webseiten**

[www.coop.ch/naturaline](http://www.coop.ch/naturaline)  
[www.remei.ch](http://www.remei.ch)

**Kontaktpersonen**

Susanne Erdös, Leiterin Medienkontakte  
061 336 71 96  
[susanne.erdoes@coop.ch](mailto:susanne.erdoes@coop.ch)

Nicolas Schmied, Mediensprecher  
061 336 71 39  
[nicolas.schmied@coop.ch](mailto:nicolas.schmied@coop.ch)

Karl Weisskopf, Mediensprecher  
061 336 71 07  
[karl.weisskopf@coop.ch](mailto:karl.weisskopf@coop.ch)

Denise Stadler, Mediensprecherin  
061 336 71 10  
[denise.stadler@coop.ch](mailto:denise.stadler@coop.ch)

# Das gläserne T-Shirt: Realität oder Fiktion?

Von Robin Cornelius, VR-Präsident

## 1) Das neue Credo

### Switcher – made with respect!

**Respekt** und **Transparenz** sind **zentrale Werte der Unternehmensphilosophie von Switcher** und stehen in engem Zusammenhang mit Wirtschaftlichkeit, Umweltbewusstsein und sozialer Verantwortung. Switcher, das schweizerische Textilunternehmen, ist führend in nachhaltiger Entwicklung, fördert die Verwendung natürlicher und rezyklierbarer Materialien und setzt sich ein für faire, respektvolle Arbeitsbedingungen über die gesamte Produktionskette hinweg. Alle unsere Handelspartner teilen mit uns diese gemeinsame Mission und leisten damit ihren Teil zum Erhalt unseres Planeten für zukünftige Generationen.

**made with respect!** Unter diesem Credo haben wir vor ein paar Wochen das BAO T-shirt lanciert. Das neue BAO T-Shirt von Switcher ist einer Auswahl in 38 Farben verfügbar. Die folgenden Kriterien machen das BAO zum „wahrscheinlich saubersten T-Shirt der Welt“:

- Biologische Baumwolle
- Fairer Handel (Fair Trade)
- CO2-Kompensation
- Rückverfolgbarkeit der gesamten Produktionskette

Dank reduzierten Emissionen während der gesamten Produktionskette weist die Kollektion der BAO T-Shirts auch eine neutrale CO2-Bilanz auf. Die verbleibenden Emissionen werden bei *myclimate* für Klimaschutzprojekte vollständig kompensiert.

Die Baumwolle stammt aus einem Projekt der Schweizer Entwicklungsorganisation **Helvetas** in Mali. Das **Max Havelaar** Gütesiegel bietet Gewähr für fairen Handel, die **Fair Wear Foundation** garantiert korrekte Arbeitsbedingungen in der Produktion. Wie alle Switcher-Produkte kann auch das BAO T-Shirt im Internet zurück verfolgt werden – [www.respect-code.org/bao](http://www.respect-code.org/bao)

## 2) Beziehung mit Max Havelaar

Wir beziehen seit 2005 Fairtrade-Baumwolle aus Indien und Afrika (Mali, Burkina Faso). Im gleichen Jahr haben wir die erste Bio Baumwolle Kollektion mit Max Havelaar produziert. Das Label steht für nachhaltigen Handel und für einen garantierten Mindestlohn der Baumwolle-Produzenten, welcher niemals die aktuellen Marktpreise unterschreitet und die Produktionskosten umfassend deckt. Mit dem Max Havelaar Label setzt Switcher im landwirtschaftlichen Sektor bereits zahlreich bewährtes Instrument ein, um die Produktionskette noch stärker zu optimieren.

Fakten:

- Bezug 2008: 300 t Rohbaumwolle aus Mali, 145 t aus Indien. Total: 445 T Rohbaumwolle.
- Fairtrade-Prämienvolumen durch Switcher 2008 (total): Euro 22'250
- Mehreinnahmen der Bauern durch den Fairtrade-Mindestpreis: Euro 58'540
- Die Baumwollbauern in Afrika haben dank dem Fairtrade-Mindestpreis für Biobaumwolle, der 2008 rund 65% über dem Weltmarktpreis für konventionelle Baumwolle lag, über die Bestellung von Switcher Mehreinnahmen von Euro 58'540 erzielt.

## Eine Aussage einer positiven Auswirkung von Fairtrade in Afrika dank der Fairtrade-Zertifizierung:

Sira Tiécoro Sidibé: 63 Jahre, verheiratet, 16 Kinder, arbeitete 18 Jahre Baumwollbauer im konventionellen Baumwollanbau. Und ist seit der Fairtrade-Zertifizierung bei MOBIOM dabei. Sein Baumwollfeld ist 1,5 ha gross, die jährliche Ernte beträgt etwa 1 Tonne.

-„Seit der Fairtrade-Zertifizierung geht es mir und meiner Familie besser. Wir fühlen uns unterstützt und getragen. Früher hatte ich das Gefühl, die Welt hätte uns armen Baumwollbauern hier in Mali vergessen.“

-„Dank dem fairen Handel können auch Frauen selbständige Baumwollbäuerinnen sein. Früher konnten sie zwar Felder bestellen, aber sie durften kein eigenes Land besitzen. Dieses war immer auf den Mann geschrieben. Bei der Fairtrade-Kooperative MOBIOM dürfen die Frauen eigenes Land besitzen (auf ihrem Namen) und es auch bestellen. Dadurch ist der faire Baumwollhandel auch für Frauen in Afrika sehr attraktiv. Sie werden bei MOBIOM aufgenommen, werden wahrgenommen und haben eine Stimme.“



### 3) Transparenz

#### Respect-Code - Der Code für eine transparente Produktionskette

##### Grundsätze

- Der respect-code gibt dem Konsument Entscheidungsgrundlagen, um ethisch korrekt, respektvoll, sozial- und umweltverantwortlich zu handeln.
- Der respect-code ermöglicht den Zugang zu überprüften Informationen über die Herkunft, die Produktionskette, sowie die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Arbeitsbedingungen eines Konsumgutes und industrieller Produkte.
- Die Informationen sind öffentlich verfügbar auf [www.respect-code.org](http://www.respect-code.org).
- Alle veröffentlichten Daten werden obligatorisch mittels Audits verifiziert.

##### Zielgruppen

- **Marken**, bzw. deren Verantwortliche die bereit sind, die Informationen über die Herkunft und Entstehung ihrer Produkte zu veröffentlichen.
- **Konsumenten**, mit einem auf Gesundheit und Nachhaltigkeit basierenden Lebensstil (Lifestyle of Health and Sustainability).
- Nicht-Regierungsorganisationen – **NGO's** - die Arbeitsbedingungen kennen und Massnahmen im Zusammenhang mit der Umwelt beurteilen wollen.
- Organisationen, **Behörden**, Unternehmen, die Informationen über die anzuschaffenden Produkte benötigen.
- **Journalisten**, die Informationen suchen.

Zusammen tragen wir zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Arbeitnehmern und der Zivilgesellschaft bei und reduzieren den Energieverbrauch oder fördern den Einsatz von erneuerbarer Energien.

## **Made with Respect: Switcher, die Marke mit gelebten Werten**

**Textilien von Switcher stehen neben ihrer Qualität und Langlebigkeit auch für Respekt gegenüber Arbeitskräften und natürlichen Ressourcen. Diese Werte des Unternehmens werden in Zukunft auch klar und unmissverständlich nach aussen kommuniziert. „Made with respect“ ist ab sofort ein fester Teil der neu gezeichneten Switcher-Marke.**

Respekt und Transparenz sind zentrale Werte der Unternehmensphilosophie von Switcher und stehen in engem Zusammenhang mit Wirtschaftlichkeit, Umweltbewusstsein und sozialer Verantwortung. Switcher fördert die Verwendung natürlicher und rezyklierbarer Materialien und setzt sich ein für faire, respektvolle Arbeitsbedingungen über die gesamte Produktionskette hinweg.

Das Schweizer Pionierunternehmen für soziale und ökologische Verantwortung in der Textilherstellung hat sich im Markt für nachhaltige Entwicklung als feste Grösse etabliert. Organisationen wie die Erklärung von Bern, Helvetas oder Max Havelaar bekräftigen die positive Rolle der Marke mit ihrer Transparenz auf der ganzen Linie.

Sämtliche Produktions- und Handelspartner haben die Switcher-Charta unterzeichnet und verpflichten sich damit ausdrücklich für die Einhaltung der Werte und Spielregeln von Switcher SA. Zum gleichen Engagement verpflichtet das Unternehmen auch seine Sponsoringpartner. Dazu gehört der schweizerische Sport-Dachverband Swiss Olympic.

Diese inneren Werte sind auch nach aussen sichtbar. „Made with respect“ steht auf allen Produkten, und die Warenetiketten enthalten detaillierte Informationen zur Nachhaltigkeit. Zudem können Konsumentinnen und Konsumenten über die Website [www.respect-code.org](http://www.respect-code.org) jedes einzelne Kleidungsstück bis in Produktion zurückverfolgen.

### **Switcher in Zahlen**

Switcher wurde 1981 gegründet. Über 7 Millionen Kleidungsstücke wurden in 2008 verkauft. Der Bekanntheitsgrad von Switcher liegt in der Schweiz bei 93%.

#### *Kontakt:*

*Christelle Huwiler, PR Manager: [christelle.huwiler@switcher.com](mailto:christelle.huwiler@switcher.com); Tel: 079 658 76 90*



Stifter  
Seisselid  
HEKS  
Helvetas  
Festemappier  
Caritas  
Brot für alle

Fondateurs  
Seisselid  
Eper  
Helvetas  
Action de Carême  
Caritas  
Pain pour le prochain

Fondatori  
Seisselid  
Acos  
Helvetas  
Sacristia Quarantale  
Caritas  
Paino per tutti

Fondaters  
Seisselid  
Swiss Inherchurch Aid  
Helvetas  
Swiss Catholic Lenten Fund  
Caritas  
Bread for All

## Factsheet

31. März 2009

### Baumwolltextilien mit Max Havelaar-Label

Einführungsdatum in der Schweiz:	28. April 2005
Absatz 2007*:	933 Tonnen Rohbaumwolle (+ 50%)
Umsatz 2007*:	CHF 10'547'000 (+ 83,1%)
Herkunft:	Indien, Mali, Burkina Faso,
Sortiment:	T-Shirts, Tops, Baby-Bodies und -Pyjamas, Socken und Strümpfe, Frottéwäsche, Wattestäbchen, -rondellen und -pads. Neu seit 2008: Herrenunterwäsche
Handelspartner:	Manor, Swicher, Migros, Caritas, Helvetas, La Redoute, Le Shop, diverse Textilfachgeschäfte
Bio-Anteil 2007*:	98%
Prämienvolumen 2007*:	CHF 72'446

\*Die Zahlen 2008 sind ab Mitte Mai erhältlich

### Baumwollpreise

### Burkina Faso

### Indien

Durchschnittl. Marktpreis 2008:	FCFA 165/kg (Euro 0.25)	Euro 0.45/kg (30 INR/kg)
Fairtrade-Mindestpreis Bio 2008:	FCFA 272/kg (Euro 0.42)	Euro 0.46/kg
Fairtrade-Prämie 2008:	FCFA 34/kg (Euro 0.05)	Euro 0.05/kg

-> 2008 lag der garantierte Fairtrade-Mindestpreis für Burkina Faso durchschnittlich rund 60 % über dem Weltmarktpreis, während er in Indien praktisch identisch war.

### Auswirkungen von Fairtrade-Baumwolle in Westafrika und Indien

- Verbessertes Einkommen und mehr Sicherheit durch garantierten Fairtrade-Mindestpreis
- Verbesserter Marktzugang und Absatzchancen
- Förderung des Bio-Anbaus, dadurch bessere Arbeitsbedingungen für Kleinbauern im Feld, oft auch Mütter mit ihren Kindern.
- Verbesserung der Anbautechniken und des wassersparenden Landbaus. Bau von Bewässerungsanlagen (Indien)



Stifter  
Svissseid  
HEKS  
Helvetas  
Festeneapier  
Caritas  
Brot für alle

Fondateurs  
Svissseid  
Eper  
Helvetas  
Action de Carême  
Caritas  
Pain pour le prochain

Fondatori  
Svissseid  
Acos  
Helvetas  
Sacriside Quaresimale  
Caritas  
Paino per tutti

Fondéers  
Svissseid  
Swiss Inheritance Aid  
Helvetas  
Swiss Catholic Lenten Fund  
Caritas  
Bread for All

- Förderung von Frauen (besonders im afrikanischen Kontext) und der Dorfgemeinschaft allgemein.
- Verbesserung der Infrastruktur durch Prämiengelder: u.a. Lagerhäuser für die fachgerechte Lagerung der Baumwolle, Schulhäuser, Solarlampen, landwirtschaftlicher Geräte, usw., Mikrokredite

### Zitate

«Seit der Fairtrade-Zertifizierung geht es mir und meiner Familie viel besser. Wir fühlen uns unterstützt und getragen. Früher hatte ich das Gefühl, die Welt hätte uns armen Baumwollbauern hier in Mali vergessen.»

Sira Tiécoro Sidibé (63), Baumwollbauer, Kooperative Mobiom, Mali

«Früher hatten die Frauen Angst, etwas zu sagen. Heute bringen wir Frauen Ideen mit ein – und die Männer hören uns zu.»

Aissatou Koné (36), Baumwollbäuerin, Kooperative Kolondiéba Mali

---

### Max Havelaar in Kürze

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) erteilt ein Label für Produkte aus benachteiligten Regionen des Südens, die fair gehandelt sowie gemäss sozialen Standards und möglichst umweltschonend produziert werden. Die Einhaltung der internationalen Fairtrade-Standards wird von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle kontrolliert. Das Max Havelaar-Label gibt es für Bananen, Ananas, Mangos, Avocados, Fruchtsäfte und sonstige Getränke, Kaffee, Tee, Schokolade, Kakao, Honig, Zucker und Süsswaren, Reis, Trockenfrüchte und Nüsse, Blumen und Pflanzen sowie Baumwolltextilien und Watteprodukte. [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

### Weitere Informationen

Medienstelle Max Havelaar (Schweiz): Regula Weber, [r.weber@maxhavelaar.ch](mailto:r.weber@maxhavelaar.ch), Tel. 044 278 99 05, oder Vesna Stimac, [v.stimac@maxhavelaar.ch](mailto:v.stimac@maxhavelaar.ch), Tel. 044 278 99 06